

最新营销代理辞职报告(模板5篇)

竞聘报告是我们展示个人专业能力和个性特点的良好机会。以下是小编为大家收集的竞聘报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。在阅读这些范文时，我们可以借鉴其中的写作技巧和结构，提升自己的竞聘报告水平。

营销代理辞职报告篇一

甲方：(委托方)

乙方：(受托方)

甲、乙双方经友好协商，根据《中华人民共和国合同法》以及国家有关法律、法规和政策，本着平等、自愿、协商一致的原则，就甲方委托乙方代理项目的营销广告策划和销售代理事宜，达成如下一致，供双方在今后之合作中共同遵守：

第一章委托事宜

一、委托代理物业名称：顺德和园该项目位于莘县汽车站对面建筑面积约为60000平方米。

二、在本合同之有效期内，甲方全权委托乙方负责该物业的营销广告策划和销售代理事宜，不得再委托第三方为该项目进行代理事宜。

第二章委托期限及代理费的计算与支付

一、销售代理阶段费用计算支付方式

1、购房业主签订房屋销售合同并经甲方盖章生效后，既视为乙方对该房屋销售成功。合同的签订由乙方派销售人员协助甲方签订，甲方派专人专门负责合同的签订、审核、备案并

具体与乙方沟通及本合同的落实。

2、代理销售面积：约计平方米

3、代理期限及销售指标

3.1、代理期限：各期房源代理期限自该阶段房源取得预售条件起至该期房源综合验收交付后6个月。

3.2、销售指标：各期房源在代理期限内完成90%销售率(销售率按套数计，商业不计入考核指标)。团体购房和甲方关系客户等均计入乙方的销售业绩。具体指标应根据施工进度及预售条件分期制定《各期房源销售指标》，列为合同附件。

4、代理费计算

代理费计算按底价包销结合溢价的形式计算(因甲方和市场变幻及政府有关部门造成的价格不能上调或售价变低：因国家限价、限购政策的调整致使价格调低，乙方佣金按每平方米30元计提)。

在销售过程中，若遇市场情况发生变化，乙方有权另行提出价格变化方案，经甲方批准后，由甲乙双方共同遵照执行。

如项目是分期建设开发，上期已完成销售率，下期开发3个月项目还未开盘，则甲方应按每月2万元(每月5日前)支付给乙方，作为日常工作费用，作为对乙方补偿(以后不再从代理费结算时扣除)。

4.1、底价包销的佣金

乙方成功销售房屋后，甲方按合同底价超出部分(超过底价60元以内)为乙方佣金。

4.2、销售底价均价：多层住宅结算均价2861元

高层住宅结算均价元/平方米车库结算底价2696元/平方米半地上储藏室结算底价1296元/平方米，地上为1716元商业均价元/平方米住宅、商业及车库、储藏室的详细价格见附件《各楼座、楼层底价表》。

4.3、溢价佣金

甲乙双方按各楼层及楼座的相应销售底价作为结算价格。超60--100元部分按甲方60%，乙方40%结算。超出100元以上部分，按甲方70%，乙方30%结算。以底价为标杆，分段相加结算。

4.4、为保障工作的正常开展，甲方按每月2万元(每月5日前)支付给乙方，作为日常工作费用(以后从代理费结算时扣除)。

4.5、销售代理费的结算

代理费结算每3个月为一结算周期，甲方按合同约定向乙方支付全部代理费，乙方在每3个月的次月五日前将上期代理费对账单递交甲方，甲方须在十日内将代理费支付给乙方。

第三章双方权利及责任

一、甲方权利及责任：

1、甲方有广告的审批权;对乙方招聘、培训的营销人员有监管权。

2、甲方有对乙方销售执行提出意见及要求乙方修改的权利。

3、销售款由甲方负责收取。

4、甲方负责办理《预售许可证》、《国有土地使用证》、《建设用地规划许可证》、《建设工程规划许可证》、《建设工程开工许可证》等与销售相关的证件及手续，并保证工

程进度、施工质量。

5、甲方负责提供项目总平面图及标准层平面图(含户型图、建筑效果图及电子文本)、可售房屋清单、建筑材料。装修标准及设备说明书、物业管理提供服务及收费等有关资料。

6、甲方承担销售过程中的宣传费用，如售楼处租用及装修、工程围挡、引导旗及条幅、户内外看板、电视、报纸广告dm单及楼书、促销活动及公务宣传车日常出行费用。总体宣传推广费控制在0.6%以内。

7、提供符合房产销售使用功能的现场售楼处(含装修、办公家具、办公设备)、可以上网的电脑及售楼电话，承担与售楼处营运相关电及修缮等费用。

8、甲方应当按本合同规定支付代理费用等款项，若逾期支付的，应按逾期部分每天千分之二比例向乙方支付滞纳金。逾期30天的，乙方有权终止本协议，并有追索赔偿的权利。

9、双方签约过程中甲方必须就抵押状况如实向乙方通报，并列入合同附件，对该部分物业在销售周期等相关方面所出现的问题，依现实状况双方协商解决。若以甲方提供虚假物业资料或隐瞒该物业已抵押等情况而造成乙方及客户损失的，甲方承担全部赔偿责任。

10、甲方负责财务、备案、按揭及协调各方关系等相关事宜。乙方派人协助。

二、乙方权利及责任：

1、征得甲方的认可后，以甲方的名义开展市场调研、实地考察、发布新闻稿、发布售楼广告、进行售楼接待等工作。

2、起草《房屋认购书》等及相关销售文件，经甲方书面确认

后使用。

3、有权要求甲方予以工作的配合，如财务交接、按揭办理及协调各方关系等相关事宜。

4、乙方应全面参与项目的前期规划设计工作，从市场入手提供项目规划布局、建筑外观、功能设计、户型配比、户型优化等建议。

5、经甲方书面确认，乙方负责报纸广告、楼书等所有宣传的设计。

营销代理辞职报告篇二

1) 乙方在签订合同前向甲方提交项目组成员名单，未经甲方同意，项目组人员不得随意调换或撤离。

6) 乙方在不同销售阶段向甲方书面提供总销控意见，积极迎合市场要求；

8) 乙方之销售人员须做好本职工作，除按要求每月完成销售分解目标外，还应积极主动及早联系业主，做好催交款及按揭准备工作、配合甲方做好客户售后服务。

9) 乙方人员在项目销售过程中，不得对第三方作出违反甲方意愿(包含不限于项目本身)的允诺，否则，由乙方承担相应责任。

第六条乙方之权限

2) 乙方不得将甲方的相关资料向外透露；

4) 按照获得甲方同意的意向，在既定范围内与甲方合作，完成有关推广及宣传活动；

6) 委托期限内，乙方向甲方提出销控原则，经甲方同意后，乙方全权负责总销控。

第七条委托代理程序

客户所缴付的定金由甲方自行收取，正式买卖合同在甲方处签订，购房款由客户直接汇入甲方指定账号，并由甲方办理相关财务手续。乙方在此过程中与客户签订《定金合同》并协助甲方与客户签订正式《商丘市商品房买卖合同》。

第八条服务取费

本项目代理费用，包括销售代理佣金和销售溢价分成二部分。甲方须按如下方式支付乙方所有售出单位之销售代理费：

4) 如因甲方原因，某些房屋的实际成交价格低于“销售低价”的，甲、乙双方同意按该套房屋所对应的“销售底价”作为计算乙方销售代理佣金的依据。“销售底价”是指在本项目正式开盘日前，甲、乙双方制定的本项目可售房源的“一房一价底价表”，既制定出每套销售房源的“销售底价”，经甲方审定后备档，作为甲、乙双方结算销售溢价分成的依据。

5) 销售溢价分成办法。本项目可售房源实际售价超出“销售底价”（既“一房一价底价表”）部份的销售收入为销售溢价，乙方收取销售溢价款需向甲方开具合法的发票。

6) 销售溢价分成款的支付方式。销售溢价分成款的结算以本项目代理期限为考核期，乙方每个月向甲方申请暂结销售溢价分成款。

13) 如果客户签署《商丘市商品房买卖合同》之后悔约，如果相关合同项下的销售代理费已经结算给乙方，则乙方退回已收销售代理费给甲方或由甲方直接从下次代理费中扣除。

14) 甲方有权在该项目的营销过程中，根据客观市场情况和主观需求，制定相应之绩效考核方案，对乙方提出相关考核目标及奖罚措施。具体执行方案，由甲乙双方协商另行制定形成文件，作为本合同附件约束双方，具有同等法律效力。

第九条甲方的义务

2) 甲方须支付到期应付销售代理费；

3) 甲方同意在该项目的宣传资料或其他广告形式上标示乙方公司名称；

第十条终止合同

3) 若因甲方原因终止合同时，甲方仍须支付乙方于代理期间已售出单位之(条款8注明)销售代理费，且在书面通知终止合同后的七个工作日内支付；若因为乙方原因导致终止合同时，乙方须支付给甲方的违约金甲方有权从销售代理费中扣除。

第十一条争议的解决方式

本合同的订立、生效、解释及争议，均适用中国法律。发生争议协商不成时，提交合同签订地人民法院解决。

第十二条本合同一式肆份，双方各执贰份，自甲乙双方代表人签字并加盖公章后即时生效。

第十三条本合同未尽事宜，甲乙双方可另行签订补充协议，所签订之补充协议为本合同不可分割的组成部分。

(以下无正文，为双方签字盖章之用)

甲方： 乙方：

XXXX置业有限公司河南嘉里房地产开发有限公司

日期：日期：

全程营销代理合同范文三

委托方：（以下简称“甲方”）：

法定代表人(授权代表)：

通讯地址：邮编：

电话：传真：

代理方：（以下简称“乙方”）：

法定代表人(授权代表)：

通讯地址：邮编：

电话：传真：

甲、乙双方本着平等、自愿、互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方全程策划及代理销售甲方所开发的“”项目(以下简称“本项目”)的有关事宜，达成以下合同条款，以资共同遵照执行。

第一条项目概况

1.1项目名称：

1.2项目地点：

1.3国土证号：

1.4项目规模：规划建设净用地面积平方米，总用地(含绿化待征地)平方米，容积率，项目总建筑面积平方米。以上为甲

方提供的现有书面资料反映的内容。甲方将委托专业测绘机构对本项目建筑面积进行测量，最终可销售面积以甲方提供的专业机构测量报告为准(以下简称“可销售面积”)。

第二条合作方式和范围

甲方委托乙方作为本项目的全程策划及销售代理商。乙方接受甲方委托，并根据本合同的约定，在本合同有效期内及甲方授权范围内，以甲方名义从事本项目的全程策划和销售事务。

甲方委托乙方代理销售的部分为以下第【】部分，共计建筑面积为平方米(以下简称“代理销售面积”)：

- (1)住宅部分：建筑面积为平方米；
- (2)商业部分：建筑面积为平方米；

第三条销售目标任务

- 1、本项目的销售任务为，自本项目具备开盘条件且开盘之日起计算在个月内达到可销售面积的90%，且实际销售均价应不低于【】元。其中，开盘条件为甲方取得商品房销(预)售许可证，且现场正式售楼处、样板房装修完毕、样板区形成。在达到开盘条件时，甲方将书面通知乙方已具备开盘条件。
- 2、若遇项目未达到开盘条件即开始销售、或因重大市场变化因素(区域房地产市场整体上涨、整体崩盘、国家重大政策调整、或者重大自然灾害等)影响，上述住宅代理销售目标任务，届时根据市场状况由甲乙双方另行协商。
- 3、甲方vip客户及内部封房部分，不纳入乙方的目标任务考核。

第四条销售条件

根据项目工程进度、预售许可证件取得时间及营销全程策划实际进展情况，由甲乙双方协商确定项目具体开盘时间，以保证项目销售取得理想业绩。

项目销售条件：

- 1、项目物业正式开盘销售前应取得《商品房预售许可证》；
- 2、首期物业开盘前销售中心和样板房装修完毕、样板区形成；
- 4、完成销售所需沙盘、模型、看板等销售展示工具的制作；完成销售面积的测量、销售资料(楼书、户型图集、宣传单页等)的印制。

第五条营销代理佣金

- 1、甲方以销售合同总金额的更名费、客户违约金。
- 2、如因双方原因造成客户退房，则乙方不收取所退房屋代理佣金；若因客户违约造成客户退房，则乙方收取所退房屋客户违约金的一半，并不再收取所退房屋的代理佣金。

第六条宣传推广

- 1、甲乙双方商定，项目宣传推广费用不超过项目总销售额的使用计划，须经甲乙双方书面签字确认后，由乙方负责组织实施。
- 2、在本合同终止前，乙方可随时在该项目宣传资料上使用项目之“营销商”、“全程策划和代理销售商”以及乙方公司名称。

3、甲方同意，本合同生效后，乙方在今后对自身形象宣传推广方面，有权使用甲方项目名称、文字或图形资料。

第七条vip客户及内部封房

对于vip客户，乙方按销售合同总金额的计提代理佣金。甲方须提前书面确认并函告乙方vip客户及内部封房的事宜。甲方关系户及内部封房面积不得超过本项目可销售面积的。

第八条通知

1、甲、乙双方来往的函件、方案等，仅以盖有公章、或合同章、或双方指定代表签字的文本(原件)为生效文本。(甲方指定【】为代表，乙方指定【】为代表)。

2、甲乙双方来往的函件、方案等应以专人送达或邮资预付的挂号或快递邮寄方式交付或发送。专人送达的，以递送视为送达;以挂号、快递邮寄的，在付邮后第十个工作日视为送达。

3、一切通知和通讯均应发往下列有关地址，直到一方向其他方发出书面通知更改该地址为止。

甲方：【】公司

地址：邮编：

电话号码：传真：

乙方：

地址：邮编：

电话号码：传真：

第九条合同有效期

1、本合同有效期为自本合同生效之日起，至本项目规定的交房截止之日或双方协商终止合同之日止。

2、在本合同到期时，双方应通力协作妥善处理终止合同后的有关事宜，结清与本合同有关的法律经济等事宜。本合同的终止并不免除任何一方依本合同规定在本合同终止前发生的任何义务。

第十条违约责任

1. 除本条第2款及补充协议另有规定之外，双方中的任何一方未根据本合同规定履行或其履行不符合本合同要求，均视为违约。违约一方应向守约方支付违约金。违约金按日计算，方法如下：

(1) 日违约金为人民币元；

(2) 违约天数=自违约事件发生之日起至纠正之日止的日历天数；

(3) 违约金金额=日违约金×违约天数。

在违约事件发生时，在不妨碍守约方任何其他可以获得的权利主张和/或司法救济的前提下，守约方可以书面通知违约方，且要求违约方在收到该等书面通知之后的三十(30)日内采取措施以纠正和补救该等违约事件。如果该等违约事件在前述三十(30)日内未能获得充分和完全的纠正或补救，守约方可以终止本合同，且守约方无需因此向违约方承担任何形式的责任。双方同意，前述违约造成的另一方的经济损失超过前述违约金的，违约方还应支付超过违约金部分的赔偿金。

2. 在本合同有效期内，除不可抗力因素导致项目停止开发情况外，甲、乙双方不得单方面终止或解除本合同(但不包括依据本条第1款约定的终止情形)。如任何一方单方面终止或解除本合同，违约方应赔偿守约方违约金，违约金金额按下列公式计算：

违约金金额=(代理销售面积—已销售面积)*已销售面积的销售均价*1%

双方同意，前述违约造成的另一方的经济损失超过前述违约金的，违约方还应支付超过违约金部分的赔偿金。

第十一条其他

本合同经双方签字盖章生效。本合同未尽事宜由双方协商解决。凡因履行本合同所发生的一切争议，协商不成可向本项目所在地的法院起诉。

3、本合同一式肆份，甲、乙方各执两份。

甲方：(章)

法定代表人(授权代表)：

乙方：(章)

法定代表人(授权代表)：

签订时间：年月日

看过全程营销代理合同的人还看了：

1. 房地产营销代理服务合同书范本

3. 委托销售代理合同范本

7. 代理合同范本

营销代理辞职报告篇三

以下是应届毕业生求职网小编辑收集整理，提供一篇营销代理辞职申请书，作为参考！

尊敬的领导：

有缘与贵公司合作，却无份继续久长！也算一种遗憾！

代理本是一种朝阳行业，正如十年前的保险。

三个月说长不长，说短不短，我却收获不菲。

不知是庙大还是神小，总觉不是尽意！在此提出辞职，也不过是表示一下礼节。

申明几点：

1、办公室的电话我们几人谁也没有私用过一次，可能是领导“嘱咐”过n次或亲手锁过n次的原因，外出办事频用自己手机，领导却从未提到过一次，尽管每次也仅几毛而已。

2、防范意识欠佳，枉活四十来年。不过小偷还算良心，匕首没在我们眼前闪过，对我们的心灵创伤不大，倒是领导的责问时常在耳边回响，提醒自己向警察学习。

3、室内高雅的灯管，千呼万唤也难掀起她的盖头。门口总是有些光亮的，光明不是随便可见的，是要“付费”的。

4、今天的错误领导昨天说过倒是有可能的。承担责任的永远是员工。

建议有三：

- 一：除本人之外，其余人都很自觉兢业，虽然薪水还不能糊口；
- 二：员工也可用尊重赏识来管理的，再怎么说明她们也是人；
- 三：领导千万别让员工觉得你小气，大碗面再大也还是大碗面。

望领导早日批准我的申请，在此非常的感谢！

此致

敬礼申请人□xxx

营销代理辞职报告篇四

- 7、乙方应及时催促客户按销售合同的约定支付房价款，以及办理按揭手续的所有客户资料。
- 8、乙方对甲方提供的全部项目资料有保密责任。
- 9、乙方在销售过程中应按照不低于甲方规定的底价销售，低于底价销售时需经甲方书面认同。
- 10、乙方应当及时将所签订的文本提交甲方，并每月向甲方提供市场与客户意见，并及时将销售情况提交甲方。
- 11、乙方与客户签订的合同补充条款应与甲方共同商讨，并由甲方事先进行书面审核确认。

第四章其它费用

一、乙方派遣人员的工资、佣金、津贴、交通费用由乙方自行承担，乙方不承担除乙方人员费用外的其他任何费用。

二、乙方提议宣传方案后一周内甲方给予答复，如乙方连续2次经修改的宣传方案一直未能使用，造成的销售不畅由甲方负责。

营销代理辞职报告篇五

以下是应届毕业生求职网小编辑收集整理，提供一篇营销代理辞职申请书，作为参考！

尊敬的领导：

有缘与贵公司合作，却无份继续久长！也算一种遗憾！

代理本是一种朝阳行业，正如十年前的保险。

三个月说长不长，说短不短，我却收获不菲。

不知是庙大还是神小，总觉不是尽意！在此提出辞职，也不过是表示一下礼节。

申明几点：

1、办公室的电话我们几人谁也没有私用过一次，可能是领导“嘱咐”过n次或亲手锁过n次的原因，外出办事频用自己手机，领导却从未提到过一次，尽管每次也仅几毛而已。

2、防范意识欠佳，枉活四十来年。不过小偷还算良心，匕首没在我们眼前闪过，对我们的的心灵创伤不大，倒是领导的责问时常在耳边回响，提醒自己向警察学习。

3、室内高雅的灯管，千呼万唤也难掀起她的盖头。门口总是有些光亮的，光明不是随便可见的，是要“付费”的。

4、今天的错误领导昨天说过倒是有可能的。承担责任的永远是员工。

建议有三：

一：除本人之外，其余人都很自觉兢业，虽然薪水还不能糊口；

二：员工也可用尊重赏识来管理的，再怎么说明她们也是人；

三：领导千万别让员工觉得你小气，大碗面再大也还是大碗面。

望领导早日批准我的申请，在此非常的感谢！

此致

敬礼申请人□xxx

时间